

LUCIO BIANCO
(c.s)

Do quindi la parola alla dott.ssa Lancellotti per una breve presentazione dell'Ufficio di promozione dello *Short Sea Shipping*. Prego.

PAOLA LANCELOTTI

*(Responsabile Pubbliche Relazioni e Marketing
dell'Ufficio di promozione dello Short Sea Shipping – Italia)*

Ringrazio il Presidente Bianco. Sono in questa sede per una breve illustrazione delle attività svolte dall'Ufficio italiano di promozione dello *Short Sea Shipping*. Alla fine del Convegno saranno distribuite una serie di cartelline ove sono riportate maggiori informazioni ed è specificato a chi rivolgersi per avere ulteriori dettagli e documenti sullo Short Sea Shipping.

Intervengo come rappresentante e come responsabile dell'Ufficio di Promozione dello *Short Sea Shipping - Italia*, e sono stata delegata a rappresentare anche il *Focal Point* nazionale, che è il rappresentante dell'Amministrazione Italiana che si raccorda con la Commissione Europea per le questioni di *Short Sea Shipping* in Italia.

Mi dispiace, ma avendo solo dieci minuti a disposizione, sarà difficile definire in particolare tutte le funzioni che hanno sia il *Focal Point* che l'Ufficio di Promozione.

Quello che mi sembra però, importante sottolineare, è perché sia nato quest'Ufficio, voluto proprio per svecchiare l'immagine della modalità marittima e dare una visibilità non ancora realizzata a detta modalità. Eppure i dati che sono stati presentati precedentemente testimoniano che una buona quota del trasporto europeo è effettuato via mare.

La Commissione Europea riporta una definizione dello *Short Sea Shipping* che è solo geografica: è ricompreso nello *Short Sea Shipping* tutto il trasporto da un porto di Paese europeo al porto di altro Paese europeo, compresi i porti nazionali, ovvero il cabotaggio da porto europeo a porto di paesi che si affacciano sul Mediterraneo, il Mar Nero e il Mar Baltico, inclusa l'Islanda e la Norvegia.

Il problema è, appunto, quello di svecchiare l'immagine del trasporto marittimo ed informare sull'evoluzione del settore. Pochi

sanno ad esempio, che esistono navi che raggiungono la velocità di 28 – 30 nodi e che pertanto, con riferimento al cabotaggio nazionale, la linea Genova-Palermo, che qualche anno fa si faceva in 24 ore nel 2003 sarà effettuata in 16 ore. Altro esempio, invece, con riferimento al cabotaggio europeo: la Salerno-Valencia dalle 52 ore del '96, passerà a 28 ore nel 2004.

Ancora, pochi sanno, riguardo ai costi, che il trasporto marittimo è più conveniente. Questa è ormai una realtà nonostante vi sia una questione aperta relativa all'analisi dei cosiddetti costi esterni, ossia dei costi derivanti dall'inquinamento, dall'incidentalità e dalla congestione conseguenti all'impiego delle diverse modalità di trasporto.

Si tratta di costi che paghiamo anche e soprattutto noi cittadini.

Lo sviluppo dello *Short Sea Shipping* è una necessità per il problema a noi tutti noto della congestione e dell'incidentalità sulle strade. Ed è una alternativa conveniente in termini economici e di sicurezza rispetto al tutto strada.

Anche in questa sede si è parlato di sicurezza. Il carico per mare è più sicuro che quello per strada, ma anche questo non si sa.

Da quando ho iniziato a lavorare per la costituzione dell'Ufficio nel settembre del 2000, ho potuto riscontrare, parlando con gli operatori marittimi, che molti non sono consapevoli di alcuni dei vantaggi che comporta l'impiego dello *Short Sea Shipping*.

Per tale motivo, tornando all'argomento del mio intervento, l'Ufficio promuove i vantaggi della modalità marittima e cerca di raccogliere e far circolare le informazioni non solo all'esterno del settore, ma anche al suo interno.

L'Ufficio di promozione ha un compito arduo, ma un grosso punto di forza, ovvero quello di avere tra i suoi associati non solo i promotori della modalità marittima, che sono la CONFITARMA, la Confederazione degli armatori italiani, la portualità italiana, con ASSOPORTI, i rappresentanti dell'armamento pubblico, con la FEDARLINEA, e gli agenti marittimi, con FEDERAGENTI; ma anche e soprattutto soci provenienti dalle Associazioni di Categoria dell'Autotrasporto come, ad esempio, CONFARTIGIANATO TRASPORTI. Ed è importante poiché, ad esempio, il problema della pol-

verizzazione dell'autotrasporto è un problema che si sta cercando di risolvere anche con la collaborazione della modalità marittima, ossia con gli armatori.

Stiamo prendendo contatto con le altre associazioni di categoria dell'autotrasporto in previsione di appositi accordi per facilitare l'incontro tra la domanda e l'offerta e, nello stesso tempo, per abituare un certo tipo di domanda a prendere in considerazione la modalità marittima. Questo perché spesso, nel processo decisionale che porta alla scelta di una modalità piuttosto che di un'altra, quella marittima è penalizzata non essendo inserita nella "rosa dei candidati".

Ad esempio ci sono ancora degli operatori che promuovono il trasporto per la Grecia e per la Turchia via strada. E, allora, a mio avviso, sono queste le realtà che vanno sollecitate.

Grazie.

LUCIO BIANCO

(c.s.)

Ringrazio la dott.ssa Lancellotti. Concludiamo la mattinata con la terza relazione programmata: “*Logistica e trasporto marittimo*”, presentata dal dott. Costa. Prego.

